



МАРКЕТИНГ І ЛОГІСТИКА В СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ

MARKETING AND LOGISTICS IN THE SYSTEM OF MANAGEMENT

ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ XV МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ



**МАРКЕТИНГ І ЛОГІСТИКА
В СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ:
ВИКЛИКИ ЦИФРОВОЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ**

Department of Marketing and Logistics
Lviv Polytechnic National University (Ukraine)
Institute for Regional Studies. E. Dolny (Ukraine)
Department of Marketing, Marie Curie-Skłodowska University (Poland)
Department of Production Management and Logistics of Poznan Polytechnic (Poland)
Department of Marketing, Krakow University of Economics (Poland)
Department of Banking and Finance, Higher School of Finance and Law (Poland)
NGO "Ukrainian Logistics Association" (Ukraine)
NGO "Ukrainian Marketing Association" (Ukraine)
NGO "Union of Marketing Managers of Ukraine" (Ukraine)

**MARKETING AND LOGISTICS
IN THE MANAGEMENT SYSTEM:
CHALLENGES OF DIGITAL GLOBALIZATION**

**in memory of Professor
Yevhen Krykavskyi**

**Abstracts of the
XV International Scientific and Practical Conference**

Lviv, October 17–18, 2024

Lviv
Lviv Polytechnic Publishing House
2024

Кафедра маркетингу і логістики
Національного університету «Львівська політехніка» (Україна)
Інститут регіональних досліджень ім. М.І. Долішнього (Україна)
Кафедра маркетингу Університету Марії Кюрі-Склодовської (Польща)
Кафедра виробничого менеджменту і логістики Познанської політехніки (Польща)
Кафедра маркетингу Краківського Економічного Університету (Польща)
Кафедра банківської справи і фінансів Вищої школи фінансів і права (Польща)
ВГО «Українська Асоціація Логістики» (Україна)
ВГО «Українська Асоціація Маркетингу» (Україна)
ВГО «Об'єднання маркетологів України» (Україна)

МАРКЕТИНГ І ЛОГІСТИКА В СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ: ВИКЛИКИ ЦИФРОВОЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

**пам'яті професора
Євгена Крикавського**

**Тези доповідей
XV Міжнародної науково-практичної конференції**

Львів, 17–18 жовтня 2024 р.

Львів
Видавництво Львівської політехніки
2024

Маркетинг і логістика в системі менеджменту:
М 266 виклики цифрової глобалізації: тези доповідей XV Міжнародної науково-практичної конференції, пам'яті професора Євгена Крикавського. [Електронне видання]. – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2024..– Режим доступу: [&&&&&&&&&&](#), вільний. – Заголовок з екрана. – Мова укр. і англ.
ISBN 978-966-941-962-0

Викладено матеріали, розглянуті на конференції, в яких висвітлено питання теорії маркетингу і логістики, практичного міжнародного досвіду інтеграції маркетингу і логістики в системі сучасного менеджменту, результати досліджень вітчизняних та іноземних науковців.

Матеріали становлять інтерес і можуть бути корисними для широкої наукової громадськості, керівників виробництв та державних установ, викладачів і фахівців з маркетингу і логістики, слухачів системи підвищення кваліфікації, студентів вищих навчальних закладів.

УДК 339.188.4

*Матеріали подано в авторській редакції
Відповідальний за випуск У. О. Балик*

ПРОГРАМНИЙ КОМІТЕТ

Почесні голови: Бобало Ю.Я., Кубів С.І., Бінда Я.

Засновник та ідейний натхненник: Крикавський Є.В.

Співголови: Кузьмін О.Є., Кравців В.С., Глинський Н.Ю.

Члени комітету: Александрівчюте Б., Бальцежак А., Бочко О.Ю., Влодаркевич-Клімек Г., Похопень Й., Віктор Я., Вірвіляйте Р., Гайдук А.Б., Гасанов Г., Гадась Л., Григорак М.Ю., Дадьо Я., Дейнега О.В., Їлдірим О., Коліньські А., Ковальська Л.Л., Ковальчук С.В., Кузьор А., Лилик І.В., Ліповські М., Люльчак З.С., Магефа А., Малага З., Мних О.Б., Мороз Л.А., Окландер М.А., Павлишин І., Петецькі І., Посилкіна О.В., Прокопенко О.В., Решетнікова І.Л., Ромат Є.В., Савіна Н.Б., Дейнега І.О., Солнцев С.О., Сохацька О.М., Старостіна А.О., Федорченко А.В., Гжибовська К., Хованец Х., Чубала А., Чухрай Н.І., Шафалюк О.К., Шохійон Н.Н., Яблінські Й., Якимишин Л.Я., Янковська Л.А.

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ

Співголови: Косар Н.С., Чорнописька Н.В.

Члени комітету: Гринів Н.Т., Васильців Н.М., Довгунь О.С., Донець Д.М., Кіндій М.В., Костюк О.С., Леонова С.В., Прийма Л.П., Рикованова І.С., Стець О.М., Фігун Н.В.

Науковий секретар: Балик У.О.

**ВІТАЛЬНЕ СЛОВО РЕКТОРА
НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
«ЛЬВІВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»
ПРОФЕСОРА БОБАЛО Ю.Я.**

**з нагоди XV-ї Міжнародної науково-практичної конференції
«МАРКЕТИНГ І ЛОГІСТИКА В СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ:
ВИКЛИКИ ЦИФРОВОЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ»
пам'яті професора Євгена КРИКАВСЬКОГО**

«А може іншого шляху немає,
Щоб з хаосу душі створити світ»
(Г. Сковорода)

З перших років розбудови незалежної держави України перед наукою і підприємцями постали серйозні питання: Як вийти з хаосу невизначеності в різних видах життєдіяльності суспільства, як впорядкувати економіку - засобу досягнення соціально-політичних та екологічних цілей розвитку? Чому короткі шляхи і цілі компрометують цінності суспільства та підривають фундамент національної безпеки?

Майже півстоліття пройшло від початку «логістичної революції» в світі - з часу багатократного зростання міжнародних потоків інтермодальним транспортом, що стало причиною руйнування традиційних ланцюгів поставок. Пізнання світогляду українських мислителів минулих століть, їх критичне осмислення наповнювало творчістю студентське, а згодом, і науково-педагогічне життя Євгена Крикавського – людини високого творчого польоту, який злетів із своїми ідеями у логістичний простір нелінійної економіки у 90-х роках минулого століття. Багато-хто не зміг сприйняти його інноваційних підходів і зрозуміти вченого, який стрибав «семимильними кроками у світ маркетингу і логістики». Нині Євгену Крикавському виповнилося би 75 років... Багато не встиг зматеріалізувати із багатої скарбниці своїх ідей, які активно презентувалися майже 30 років на круглих столах і міжнародних конференціях з участю провідних вчених Європи. Як титан економічної думки, новатор Євген Крикавський залишив у спадок багатьом поколінням плоди науково-педагогічної роботи, адже він щиро вірив у пізнаваність світу і в те, що знання законів світобудови і закономірностей у протіканні безперервних потоків людських, інформаційно-технологічних і матеріальних ресурсів полегшить життя суспільства, створить передумови для побудови розумної економіки з активним залученням інтелекту нації.

Як аргументовано доводив Євген Крикавський на міжнародних і всеукраїнських форумах, кожне явище в природі має свою внутрішню силу, яка спричиняє їх рух і вкрай важливо грамотно керувати тими потоками у просторі і в часі з використанням найновіших інформаційно-комунікаційних технологій і моделей розвитку логістичних систем, що відкриє нові предметні області дослідження економіки логістики, у тому числі міжнародної.

Вміння системно мислити, випереджувати час, не боятись критичного сприйняття нових підходів в науковому дослідженні проблеми - це штрихи справжнього вченого, закоріненого в глибину пізнання проблеми та джерел її походження. Тому й не дивно, що вперше започаткована доктором економічних наук, професором Є. Крикавським ініціатива щодо організації та проведення міжнародних конференцій на тему «Маркетинг і логістика в системі менеджменту» ще в 1996 році викликає з кожним роком більш

потужний науково-практичний інтерес в Україні. Цього року якраз на днях відбудеться 15-та за порядком конференція (через кожні два роки). Тематика досліджень закордонних і вітчизняних вчених за минулі роки свідчить про розширення предмету дослідження логістичних проблем та апробацію нових підходів щодо об'єктно-суб'єктного аналізу в умовах інтеграції соціально-економічних систем у світі і в Україні, зокрема (у червні 2022 р. Європейська рада надала Україні статус кандидата на вступ до ЄС).

Сучасний світ хаосу і воєнних загроз ставить менеджмент перед необхідністю переосмислення ролі маркетингу та логістики у формуванні національної безпеки країни та економічної стійкості підприємств, а не лише як адаптера до створених ззовні умов життєдіяльності. Це стає викликом для науковців і практиків-менеджерів, для державних і приватних організацій як учасників ринкових відносин у 21 ст. У практиці «зрідненої праці» (за Г. Сковородою) започатковуються різні соціальні проекти з розвитку і відтворення соціального капіталу у сфері логістичної діяльності. Проте для матеріалізації подібних ідей потрібні ресурси, доступ до сучасних технологій і залучення компетенцій такого важливого суб'єкта в ринковій економіці як маркетолог. Тому тематика міжнародних конференцій в останні десятиріччя зачіпала подібні проблеми, які відображають еволюцію економічного розвитку і парадокси суспільства, а також соціально-економічні суперечності у процесі формування маркетингових і логістичних мереж, що супроводжується вищою концентрацією капіталу і монополізацією ринкової влади.

Нині Україна стала зоною випробування стійкості Духу захисників у війні з агресором росії, а в тилу - у боротьбі з корупційними схемами в державних і владних структурах, у подоланні опору змінам та інноваційним цифровим технологіям, які би уможливили прозорість і жорсткий контроль за потоками в маркетинговій і логістичній сферах. Традиційний маркетинг уступає місце цифровому маркетингу, прискорюється «маркетингова революція», а компетентності маркетолога і логіста-менеджера проявляються у контексті розуміння часу і вміння модифікувати соціально-економічний простір в умовах форс-мажорних обставин (пандемії і війни рф проти України, екологічної кризи тощо). Сучасні логістичні технології і методи управління ланцюгами поставок відображені в монографіях, підручниках і посібниках працівників кафедри маркетингу і логістики Національного університету «Львівська політехніка», у проектах і грантах, які презентувались на кожній із конференцій, в рамках Львівської політехніки та в інших закладах вищої освіти Європи.

Хоча логісти і маркетологи не можуть змінити зовнішніх обставин, але нинішнім вибором своїх рішень вони можуть змінити майбутнє покоління. Тому в останні роки дослідженню функціоналу маркетингу і логістики та компетенцій у турбулентному середовищі з високим тиском форс-мажорних обставин присвячується щораз більше науково-дослідних робіт, у т.ч. з широким залученням аспірантів і студентів до творчого пошуку інноваційних рішень.

Порушення глобального ланцюжка поставок, прискорення зміни клімату та погіршення екології, затримка процесів трансформації енергетичних ринків і переходу до більш екологічних форм енергії, загострення економічної нерівності та зростання геополітичної конкуренції між постіндустріальними країнами і тими, що розвиваються, до яких відноситься й Україна, - всі ці геополітичні явища істотно змінюють вектор науково-пошукових досліджень у системі маркетингу і логістики, що потребує концентрації вміння і глибинного розуміння молодим поколінням-майбутньою управлінською елітою - сучасних трендів глобалізації і деглобалізації, цінності подібних досліджень у відбудові національної і міжнародної економіки України. Обмін передовим досвідом і добрими практиками з цифровізації, якими володіють молоді спеціалісти - колишні випускники кафедри маркетингу і логістики, а також провідні вчені, які здобули знання завдяки міжнародному співробітництву і стажуванню у закордонних ВНЗ, - всі ці напрямки зміцнення компетентності відіграють вагомий роль у розвитку інтелекту нації в процесі

активних дискусій та онлайн-комунікацій. Тим проблемам присвячується увага провідних вчених світу і України, зокрема, і вони будуть предметом дискусій на XV-й Міжнародній науково-практичній конференції «Маркетинг і логістика в системі менеджменту».

Віriamo, що посіяні провідним вченим Євгеном Крикавським добротні зерна знань та імпульси позитивної енергії впродовж всього життя принесуть щедрі врожаї у важкі часи відбудови зруйнованої війною економіки України, у формуванні фундаменту з розвитку логістичного і маркетингового потенціалу, як складових національної безпеки країни!

Велика шана, щира подяка і світла пам'ять Євгену Крикавському, який відкрив для нас храм науки у сфері маркетингу і логістики та власним прикладом інтенсивної праці показав високу відповідальність вченого за майбутнє нації і за розвиток її інтелекту в різних сферах життєдіяльності. Велике щастя від Всевишнього – ясно бачити те, що інші не помічають, і докласти розум для просвітлення шляху іншим людям для примноження суспільної цінності! І це дано було вченому-новатору Євгену Крикавському, який тішився, коли його розуміють і підтримують реальними діями. Нехай наш розум збуджують мудрі думки і допомагають будувати життя в Гармонії із законами Всесвіту!

***В.о. ректора Національного університету
«Львівська політехніка»,
голова Ради ректорів Львівщини
професор, доктор технічних наук***

Юрій БОБАЛО

ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕСУ РЕЛОКАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ КРАЇНИ

Початок повномасштабної війни в Україні показав необхідність збереження її бізнесу, передусім, для того, щоб зуміти, за будь-яких складних умов, відновлювати її економіку на скільки це можливо. Тому, врахувавши всі наявні можливості та оцінивши існуючу ситуацію, урядом країни було розпочато реалізацію програми «Релокація бізнесу», основною метою якої було здійснення переміщення тих підприємств, території яких або найбільш наближені, або знаходилися в зоні сильних бойових дій, у безпечніші регіони держави. Власне релокація бізнесу є певним визначеним процесом щодо зміни, що включає перенесення підприємств на місце їх постійної дислокації із місця їх фізичної розташованості або повністю, або частково, в основному для того, щоб сприяти збереженню можливостей діяльності й забезпечити повноцінне їх функціонування на майбутнє.

Отриманий досвід щодо проведення релокації бізнесу посприяв формуванню та узагальненню основних рекомендації щодо ефективності здійснення її процесу на основі виокремлення певних послідовно-логічних та взаємопов'язаних між собою етапів [1], а саме:

1) проведення ситуаційного аналізу: даний етап включає комплексну оцінку щодо наявної поточної бізнес-ситуації, в якій перебуває підприємство на основі застосування системних інструментів аудиту (SWOT-аналіз);

2) визначення та формування основних цілей проведення релокації: даний етап включає застосування SMART-підходу для побудови цілей щодо збереження позицій підприємства, найважливішим моментом тут є врахування того, який саме вид релокації буде застосовано: повний, частковий чи змішаний;

3) проведення пошуку щодо потенційних варіантів для здійснення релокації: даний етап відображає, так звані, підготовчі дії, найперше, – це оцінку наявних та можливих шляхів щодо реалізації процесу релокації бізнесу;

4) здійснення підготовки підприємства до релокації: на даному етапі проводиться загальна системна підготовка до здійснення процесу релокації, яка повинна обов'язково включати аналіз та опис таких сфер як: бізнес-модель, оновлення загальної стратегії, маркетингову стратегію, фінансову стратегію, людські ресурси (персонал), підготовку приміщення, переміщення обладнання (устаткування), інше (за необхідності);

5) здійснення власне релокації: на даному етапі відбувається й проводиться реалізація релокації бізнесу на основі визначеного й сформованого плану її проведення;

6) початок бізнесу на оновленому місці розташування підприємства: на даному етапі, в основному, відбувається прилаштування та освоєння бізнесу до нових умов бізнес-середовища;

7) власне налагодження діяльності підприємства: на даному етапі застосовується наступна система взаємопов'язаних структурних елементів, що сприятимуть створенню й забезпеченню ефективної діяльності релокованого підприємства, а саме: організаційно-управлінські заходи, оновлення власної продуктової стратегії, фінансове планування, планування збуту й логістичних процесів, процес маркетингових комунікацій тощо.

Отже, процес релокації бізнесу країни, що перебуває в умовах воєнного стану є важливим та надзвичайно необхідним стратегічним кроком дій задля збереження її життєдіяльності на основі забезпечення й підтримки функціонування її економіки в загальному.

Список використаних джерел

1. Плащук Л. Посібник з релокації підприємств: покроковий план дій підприємств з релокації. Проєкт USAID «Економічна підтримка України», 2022. 31 с. URL: <https://golocal-ukraine.com/wp-content/uploads/2022/10/relokacziya-pidpri%D1%94mstv.pdf>.

ХІМІЧ С.В., БРЮХОВЕЦЬКА І.О., КРИШТАЛЬ Г.О.
Міжрегіональна Академія управління персоналом

ВПЛИВ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА ЦИФРОВУ ТРАНСФОРМАЦІЮ ЕКОНОМІКИ

Актуальність теми дослідження обумовлена низкою факторів, що підкреслюють значення ефективного управління цінами у контексті сучасних економічних викликів. По-перше, в умовах глобалізації та стрімкого розвитку технологій, підприємства стикаються з необхідністю адаптації до нових умов ринку, що вимагає не лише інновацій у продуктах і послугах, але й вдосконалення цінових стратегій.

Цифрова трансформація стає основним драйвером для оптимізації бізнес-процесів, що, у свою чергу, вимагає ефективного ціноутворення, яке може базуватися на аналізі великих даних, штучного інтелекту та інших технологіях. Системи динамічного ціноутворення дозволяють підприємствам адаптувати свої ціни в реальному часі, з урахуванням змін у попиті, поведінці споживачів та конкурентних умовах, що значно підвищує їх конкурентоспроможність.

Крім того, в умовах економічної нестабільності та глобальних криз, таких як пандемії або військові конфлікти, підприємства повинні бути готові до швидкої адаптації своїх цінових стратегій, що може вплинути на їх стійкість та можливість відновлення. Цифрові технології надають нові інструменти для моніторингу ринку і гнучкого управління цінами, що підвищує можливості для стратегічного планування та прийняття рішень.

Важливим аспектом є також вплив цифрової трансформації на споживацьку поведінку. Сучасні споживачі стають більш інформованими та вимогливими, що зумовлює необхідність перегляду підходів до ціноутворення. Підприємства, які успішно інтегрують цифрові технології у свою діяльність, можуть не лише покращити управління цінами, але й створити додаткову цінність для споживачів, що вплине на їхню лояльність та вибір.

Таким чином, дослідження впливу ціноутворення на цифрову трансформацію економіки є надзвичайно актуальним у світлі сучасних викликів, що стоять перед підприємствами в умовах глобальної конкурентної боротьби. Це дослідження може дати цінні інсайти для підприємств, що прагнуть ефективно адаптуватися до змін у ринковому середовищі, оптимізувати свої цінові стратегії та забезпечити сталий розвиток у цифрову епоху.

Результати дослідження впливу ціноутворення на цифрову трансформацію економіки виявилися значущими і багатограними, підкреслюючи важливість ефективних цінових стратегій для успішної адаптації підприємств до нових цифрових реалій. По-перше, було встановлено, що підприємства, які активно використовують динамічне ціноутворення, демонструють вищі показники прибутковості та конкурентоспроможності. Застосування сучасних технологій, таких як аналітика великих даних та алгоритми штучного інтелекту, дозволяє підприємствам більш точно прогнозувати попит та адаптувати свої ціни відповідно до змін у ринковому середовищі [1].

По-друге, дослідження показало, що компанії, які інтегрують цифрові платформи для управління ціноутворенням, здатні більш ефективно взаємодіяти зі споживачами. Це сприяє не лише підвищенню лояльності клієнтів, але й створенню нових можливостей для продажу через персоналізацію пропозицій на основі поведінки споживачів [2].

Крім того, було виявлено, що підприємства, які реалізують стратегії цінового гнучкого управління, мають більшу здатність швидко реагувати на економічні та соціальні зміни, що, в умовах нестабільності, є важливим фактором для виживання та розвитку. Наприклад, компанії, які

ХАРЧЕНКО Б.С., КАНІЩЕНКО О.Л. ТРАНСФОРМАЦІЯ МОДЕЛЕЙ СПОЖИВЧОЇ ПОВЕДІНКИ НА НІШЕВИХ РИНКАХ	405
ХИМИЧ В. В., БЛОКОНЬ Т. М. ВИКОРИСТАННЯ БЛОКЧЕЙН В СКЛАДСЬКІЙ ЛОГІСТИЦІ	406
ХИМИЧ І.Г. ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕСУ РЕЛОКАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ КРАЇНИ	407
ХІМІЧ С.В., БРЮХОВЕЦЬКА І.О., КРИШТАЛЬ Г.О. ВПЛИВ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА ЦИФРОВУ ТРАНСФОРМАЦІЮ ЕКОНОМІКИ	409
ХОТЮН Н.В. ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ МАРКЕТИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ	411
ЧЕБАНОВА О.П., ВОЛОХОВ В.А. МАРКЕТИНГ І ЛОГІСТИКА В СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ: ВИКЛИКИ ЦИФРОВОЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ	412
ЧЕБОТАРЬОВ В.А., БОРИСЕНКО В.В. ЕВОЛЮЦІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ПОВЕДІНКИ ПОКОЛІНЬ: МАРКЕТИНГОВІ ЧИННИКИ ВПЛИВУ	413
ЧЕБОТАРЬОВА Н.М., ТУМПАКОВ О.В. ПІДПРИЄМНИЦТВО І ЛОГІСТИКА: СТРАТЕГІЇ ТА ТЕХНОЛОГІЇ	415
ЧЕРНИШЕНКО О.І. ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ФОРМУВАННЯ ВИТРАТ НА ЛОГІСТИЧНУ ДІЯЛЬНІСТЬ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА	417
ЧЕРНИШОВА Т., ОВЧАРЕНКО Ю. КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГ В ЕПОХУ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ:ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ МОЛОДОГО СПЕЦІАЛІСТА	418
ЧЕРНІХОВА О.С. ФОРМУВАННЯ ЛОГІСТИЧНИХ ІНСТРУМЕНТІВ ВПЛИВУ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ ТРАНСПОРТНИХ ПОСЛУГ НА МІСЬКОМУ РІВНІ	420
CHERNIAVSKYI B. SYSTEM OF SUPPLY LOGISTICS ORGANIZATION FOR THE REMEDIATION OF WAR-AFFECTED TERRITORIES	421
ЧМЕРУК Т.Ю. СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧИМИ ПОТУЖНОСТЯМИ В УМОВАХ РИНКОВОЇ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ	423
ЧУПРИНА Н.М., КУЗНСЦОВА Н.Г. СУЧАСНА ТРАНСФОРМАЦІЯ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ В УМОВАХ ВОЄННИХ ДІЙ	424
ЧУПРИНА Н.М., КУЧКОВА О.В., ДОЦЕНКО Г.С., ЖУРАВЕЛЬ В.В. ГРОМАДЯНСЬКА МЕДІАДИПЛОМАТІЯ В РЕАЛІЯХ СУЧАСНОСТІ	426
ШАРКО В.В., ГАВЕНКО М.С. D2C-МОДЕЛЬ: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ	427
ШАТАРСЬКИЙ А. ІДЕНТИФІКАЦІЯ ЗАГРОЗ ЕКОНОМІЧНІЙ БЕЗПЕЦІ СУБ'ЄКТІВ ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	429
ШАТЕЄВ О.В. ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ В ІНТЕРНЕТ	431